

Avaliação do Microcrédito Produtivo Orientado na Renda dos Microempreendedores

Autoria: Mario Prestes Monzoni Neto, Jeovan de Carvalho Figueiredo

Este trabalho avalia o impacto sobre a renda dos microempreendedores que tomaram crédito, por meio de grupos solidários, no âmbito do Programa Central de Crédito Popular São Paulo Confia. A metodologia utilizada foi a análise de painel de dados do Programa, comparando clientes atuais com clientes entrantes. Os resultados indicam que o microcrédito produtivo orientado gera lucro líquido para os microempreendedores, e renda disponível para suas famílias. A análise das receitas de vendas dos microempreendimentos mostra que a média da quantidade de produtos vendidos dobra após dois anos de programa. Portanto, qualquer injeção desse recurso, principalmente na forma de capital de giro, provoca alavancagens financeiras e geração de renda líquida que colocam os tomadores e suas famílias em outro patamar de renda, mais próximo daquele visado pelas organizações financeiras tradicionais.

1. Introdução

Este trabalho avalia o impacto sobre a renda dos microempreendedores que tomaram crédito, por meio de grupos solidários, no âmbito do Programa Central de Crédito Popular São Paulo Confia. As operações do programa são executadas pela São Paulo Confia, uma organização da sociedade civil de interesse público (OSCIP), que mantém parcerias com o setor público e o privado. Em maio de 2006, este programa contava com seis unidades implantadas e 16 agentes de crédito. Mais de 46 mil operações de crédito foram realizadas, envolvendo cerca de R\$ 40 milhões (SÃO PAULO CONFIA, 2006).

No programa, a concessão de crédito é somente feita a grupos solidários. Tais grupos são formados voluntariamente por quatro a sete empreendedores, que mantêm atividades independentes, mas que se tornam após a concessão solidariamente responsáveis pelo crédito total. A garantia é dada pelo capital social que cada empreendedor tem na comunidade. Isto significa dizer que, caso não sejam cumpridas as responsabilidades exigidas de algum membro do grupo, todo o grupo será prejudicado. Logo, os incentivos para a ação passam a ser derivados da potencial perda de capital social entre os membros do grupo, normalmente, membros da mesma comunidade.

A escolha de avaliar o impacto na renda dos tomadores de microcrédito do Programa São Paulo Confia justifica-se pelo fato de que este é o primeiro programa de microcrédito da cidade de São Paulo, que possui clientes e volume de recursos efetivamente consideráveis, e que, principalmente, possui dados confiáveis e cumulativos para serem utilizados em análises empíricas.

A avaliação dos programas e organizações de microfinanças carrega a premissa de que qualquer intervenção irá produzir mudanças no comportamento e práticas dos atores. Logo, avaliações de impacto devem medir justamente se isto acontece e em que magnitude. O impacto é medido ao buscar-se responder à seguinte pergunta: qual seria a situação dos microempreendedores participantes do programa, se eles não tivessem participado dele?

Contudo, é impossível avaliar objetivamente um microempreendedor que participa e ao mesmo tempo não participar do programa. É necessário encontrar um grupo de microempreendedores que não participa do programa (grupo de controle ou comparação), que tenham a capacidade de representar bem o primeiro grupo (HULME, 1999).

Entre os critérios mais frequentes para escolha deste grupo de controle estão aqueles não-clientes que seriam elegíveis para o programa e que não estão no programa, ou aqueles não-clientes que seriam elegíveis se o programa estivesse presente em seu vilarejo, comunidade ou bairro, no caso de um centro urbano.

As dificuldades para encontrar um grupo de controle que tenha as características idênticas ao grupo de tratamento – problema conhecido como viés de seleção - é um dos maiores desafios na maioria das pesquisas em ciências sociais, de uma maneira geral, e em avaliação de impactos em microfinanças de uma maneira particular.

Uma das maneiras de resolver esse problema - embora sempre com limitações – é comparar clientes atuais (“veteranos”) com clientes entrantes, pois se anulam variáveis não-observáveis, como, por exemplo, “espírito empreendedor”, uma vez que esta característica está presente nos dois grupos.

Neste sentido, foi definido como grupo de comparação nesta pesquisa aquele grupo de microempreendedores que fez seu cadastro de crédito e preencheu os formulários de levantamento socioeconômico pela primeira vez, chamados a partir de agora de novos entrantes. Estes microempreendedores nunca participaram de um programa de microcrédito e, em teoria, são idênticos em características à média daqueles que participam do programa há algum tempo, a não ser pelo fato destes últimos participarem do programa. Desta maneira, supõe-se que a variação em renda e gastos é devida à participação no programa.

Este artigo está estruturado da seguinte maneira: após esta introdução, é mostrada uma breve revisão da literatura sobre microcrédito e seus impactos econômicos e sociais dos tomadores. O desenho da pesquisa é mostrado na terceira seção, e na quarta os resultados são discutidos. À guisa de conclusão, alguns comentários finais são feitos na quinta seção.

2. Justificativa

Uma série de experiências internacionais confirma que o microcrédito pode constituir uma ferramenta eficiente para a promoção da inclusão econômica e social das populações mais carentes. Entre as instituições pioneiras em ações no campo do crédito solidário, destacam-se: o Grameen Bank, de Bangladesh, o BancoSol, da Bolívia, o Banco Rakyat, da Indonésia, e a Foundation for International Community Assistance (FINCA). (MORDUCH 1999).

Iniciativas como estas permitem aos tomadores superar os principais entraves ao acesso ao crédito, traduzidos em garantias exigidas pelos bancos, e outros requisitos como reciprocidades, prazos, condições de financiamentos, e demora na liberação de recursos. Desta forma, os recursos concedidos na forma de microcrédito permitem às famílias mais necessitadas aumentar sua renda, construir patrimônio, reduzir sua vulnerabilidade em situações de risco ou crise, melhorar o nível de nutrição, incrementar a qualidade de saúde ou educação, e até mesmo, permitir às famílias um melhor planejamento do seu futuro. Isto significa que os impactos de programas de crédito solidário vão bem além da criação e manutenção de negócios e geração de renda.

De fato, os tipos de serviços prestados por programas de crédito solidário podem incluir empréstimos, poupança, seguro, pagamentos, micropensões, e outros, com as seguintes características em comum: a construção de relações de confiança entre o empreendedor, seus colegas de grupo solidário e a instituição financiadora.

Ainda que o crédito solidário possa enfrentar o problema de assimetria de informação, e de falta de garantias na operação de crédito, existem dúvidas sobre o seu real impacto na renda. Um dos problemas apontados por Morduch (1999) é a falta de estudos comparativos suficientes, com metodologias confiáveis e grupos de controle precisos. O autor alega que as análises existentes ainda não são satisfatórias, pois não há trabalho empírico suficiente para avaliar os verdadeiros impactos. O presente trabalho procura contribuir nesta direção, avançando no entendimento dos efeitos do microcrédito produtivo orientado na renda do tomador.

3. Revisão da literatura

3.1 Microcrédito

Freqüentemente, o conceito de microcrédito é confundido com o de micro finanças. Entende-se por microfinanças um conjunto de serviços financeiros (como poupança, créditos e seguros), prestados por instituições financeiras ou não, para indivíduos de baixa renda e microempresas (que podem ser formais ou informais) excluídas (ou com acesso restrito) do sistema financeiro tradicional (NICTER; GOLDMARK; FIORI, 2002; NAQVI; GUZMÁN, 2003-2004). Nesse contexto, microcrédito é apenas um dos serviços financeiros oferecidos por instituições de microfinanças.

A atividade de microcrédito, contudo, é definida como aquela que, no contexto das microfinanças, se dedica a conceder crédito de pequeno montante e distingue-se dos demais tipos de empréstimo essencialmente pela metodologia utilizada, bastante diferente daquela adotada para as operações de crédito tradicionais. É comumente entendida como a principal atividade do setor de microfinanças, pela potencial que demonstra junto a políticas públicas voltadas para a redução da miséria e geração de renda.

Para Barone et al. (2002), microcrédito é a concessão de empréstimos de baixo valor a pequenos empreendedores informais e microempresas, que normalmente não possuem acesso formal ao sistema financeiro tradicional, principalmente por não terem como oferecer garantias reais. É um crédito voltado especificamente à produção (capital de giro e investimento), e é concedido com o uso de metodologia específica. Como foi visto na introdução deste trabalho, a metodologia do Programa São Paulo Confia é a de grupos solidários.

Mas como garantir que o crédito será destinado à produção? Algumas diretrizes neste sentido foram estabelecidas pelo Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO), uma iniciativa do governo federal, e instituído pela Lei no 11.110, de 25 de abril de 2005. As diretrizes deste Programa prevêm que o atendimento ao empreendedor deverá ser feito por pessoas treinadas para efetuar o levantamento socioeconômico e prestar orientação educativa sobre o planejamento do negócio, além de serem capazes de definir necessidades de crédito e de gestão voltadas para o desenvolvimento do empreendimento.

Mais do que isto, o contato com o empreendedor deverá ser mantido durante o período do contrato de crédito, visando ao melhor aproveitamento e aplicação, bem como ao crescimento e sustentabilidade da atividade econômica. E finalmente, o valor e as condições do crédito são somente definidos *a posteriori*, após a avaliação da atividade e da capacidade de endividamento do tomador final dos recursos.

3.2 Sobre o impacto do microcrédito

As avaliações de impacto do microcrédito sobre os tomadores não são essencialmente novas. De fato, as operações do Grameen Bank, criado em 1976, e uma das mais tradicionais instituições de microfinanças do globo, tiveram seu impacto avaliado por Hossain (1988).

Neste estudo, o autor constatou uma renda familiar média 28% maior entre os participantes do Grameen, em comparação com a renda média de famílias não participantes nas vilas onde o Grameen atua, e 43% maior do que a renda média de não participantes de outras vilas onde o banco não atua. O mesmo fenômeno acontece para gastos *per capita* em alimentação e vestuário: os participantes do Grameen gastam 8% a mais em alimentação e 13% a mais em vestuário, do que os não participantes que vivem nas vilas onde o Grameen

opera, e 35% mais em comida e 32% mais em vestuário, do que a média familiar das outras vilas onde o Grameen não atua.

Uma das conclusões aparentes é a de que as atividades do Grameen afetam o grau de pobreza nas vilas em que atuam como um todo, e não somente entre as famílias participantes do programa. Segundo Littlefield, Morduch e Hashemi (2003), um dos indicadores desse fenômeno é aumento de salários nas vilas onde o Grameen atua. Finalmente, o estudo de Hossain (1988) ainda mostrou evidências estatísticas de que os membros do Grameen, em situações de crise, buscam recursos em suas próprias poupanças, em vez de se endividar.

Todd (1996) apresentou os resultados de uma pesquisa participativa que fez em dois anos de convivência em vilarejos onde o Grameen tinha operações. Mesmo com uma pequena amostra de 40 participantes, e 24 famílias como grupo de controle, a autora pôde chegar às conclusões de que:

- (i) 57% dos que participam do programa deixaram a condição de pobreza contra apenas 18% no grupo de controle;
- (ii) apenas 15% de famílias participantes poderiam ser classificadas como de extrema pobreza, contra 54,5% entre os não participantes;
- (iii) todas as meninas de famílias participantes tinham algum grau de escolaridade, contra 60% entre as meninas do grupo de controle; e
- (iv) 81% dos meninos das famílias Grameen estavam na escola, contra 54% nos domicílios que não participavam do Grameen.

As conclusões de que o programa gerava maior grau de escolaridade para seus participantes e que esse grau era ainda maior para as meninas foi corroborada por Khandker (1998). A pesquisa, talvez a mais citada avaliação de programas de microcrédito, teve grande relevância, já que foi a primeira séria tentativa de gerar um verdadeiro e preciso estudo do impacto do microcrédito contemplando viés de seleção e escolha não aleatória.

Khandker (2005) também mostrou, utilizando um painel longitudinal com dados de dois períodos de tempo (1991/1992 e 1998/1999), a importância do microcrédito, ao comparar níveis de pobreza. Seus resultados indicam que a pobreza moderada em todas as vilas declinou em 17 pontos percentuais: 18 pontos em vilas com o programa, e 13 pontos e membros desde 1991/1992, o nível de pobreza declinou mais de 20 pontos percentuais – aproximadamente 3 pontos por ano.

Mais da metade dessa redução é diretamente atribuída às operações de microfinanças, e o impacto é maior para a extrema pobreza do que para a pobreza moderada (2,2 pontos percentuais por ano e 1,6 ponto percentual por ano, respectivamente). As microfinanças também diminuem a pobreza entre aqueles que não participam do programa (pobreza moderada em 1,0 ponto percentual e pobreza extrema em 1,3 ponto percentual por ano), os quais são beneficiados pela melhoria na atividade econômica como um todo (KHANDKER, 2005).

Um método semelhante, com dados de painel, foi utilizado por Edgcomb e Garber (1998). Os autores mostraram que, no nível do empreendimento, as empresas clientes eram significativamente maiores e mais lucrativas que as não clientes. Quanto mais tempo no programa, melhores eram os resultados. Mais clientes do que não clientes investiram em ativos fixos, e mais clientes reportaram ter adquirido uma locação fixa para produção ou depósito de seus produtos do que os não clientes.

O método do painel também foi utilizado por Mknelly e Lippold (1998). Neste estudo, foram comparados três grupos de clientes: aqueles que estavam há um ano no programa alvo de investigação, os que estavam há dois anos, e clientes novos. Todos os clientes eram mulheres. Aquelas que estavam no programa há dois anos demonstraram melhor

desempenho, e as diferenças são significativas. A mediana de vendas para o grupo “dois anos no programa” era de US\$ 56, contra US\$ 46 do grupo “um ano no programa”, e US\$ 31 do grupo de entrantes, uma variação de 48% no primeiro ano e de 21% do primeiro para o segundo ano. No que se refere ao lucro, calculado pela equipe de pesquisadores, a mediana para o grupo “dois anos no programa” era de US\$ 16, contra US\$ 11 do grupo “um ano no programa”, e US\$ 11 para o grupo de novos entrantes. Ou seja, uma variação nula no primeiro ano, e de 45% do primeiro para o segundo ano.

Como foi visto nesta seção, o uso de painéis de dados tem sido feito em diversas pesquisas de avaliação de impacto. Este método será utilizado neste estudo, e o desenho da pesquisa é descrito a seguir.

4. Desenho da pesquisa

No presente estudo, foram retiradas amostras aleatórias de clientes de três das seis unidades existentes do Programa São Paulo Confia: Brasilândia, Heliópolis e Jardim Helena. Essas regiões têm como característica comum o fato de serem bairros de população predominantemente de baixa renda, parte dela vivendo em favelas, e possuírem um índice de desenvolvimento humano (IDH) relativamente baixo.

O processo de coleta de dados se realizou no período de março de 2005 a junho de 2006, com 15 visitas de campo nas unidades de Brasilândia, Jardim Heleno e Heliópolis. As informações cadastrais e sócio-econômicas dos clientes dos grupos solidários ativos são mantidas em arquivos, localizados fisicamente nestas unidades.

Isto não significa que na amostra não haja informações, tanto cadastrais quanto sócio-econômicas, de clientes que já deixaram o programa. Pelo contrário, na grande maioria dos grupos analisados, pelo menos um cliente deixou o seu grupo solidário, sendo substituído por outro integrante.

O cadastro de cada cliente e cada crédito tomado, ou renovado, é arquivado em sacos plásticos dentro de pastas suspensas em ordem cronológica. A coleta de dados começou com uma escolha aleatória de pastas de grupos solidários e posterior localização da referida pasta no arquivo físico. Poucos dados estavam digitalizados e aqueles que estavam eram anotados manualmente e digitalizados. Uma vez sorteado o grupo, todos os clientes daquele grupo eram registrados, começando pelos registros mais antigos, e chegando até os atuais.

Como foi mencionado, a grande maioria dos grupos contou com substituições de membros durante o seu ciclo de vida, mas como as informações cadastrais e sócio-econômicas destes indivíduos/clientes permanecem na pasta do grupo, estes indivíduos/clientes foram considerados parte da amostra, composta por 175 clientes, distribuídos como mostra a tabela 1.

Frequência	Rótulo
118	Brasilândia
43	Jardim Helena
14	Heliópolis
175	Total

Tabela 1 – Distribuição de frequência dos clientes por unidade do Programa
Fonte: Dados da pesquisa.

As informações necessárias foram colhidas de dois formulários padrão: (i) da Ficha Cadastral, que contém informações do cliente e do empreendimento; e (ii) do Levantamento Socioeconômico (LSE). As informações sócio-econômicas identificadas neste

último formulário são preenchidas pelos agentes de crédito em entrevistas com os empreendedores. Este levantamento é obrigatoriamente realizado no momento de solicitação de abertura de crédito e em algumas renovações que se seguem.

De maneira geral, o LSE é atualizado na primeira, segunda e terceira renovação de contratos, o que significa segundo, quarto e sexto meses de relacionamento com o programa, uma vez que os primeiros créditos têm maturidade de oito semanas. Atualmente, existe uma orientação para que o LSE seja feito obrigatoriamente nos meses 2, 4, 6 e, a partir daí, a cada 12 meses, ou seja, aos 18, 30, etc. meses de programa. Na prática, a amostra de dados revelou que, depois do sexto mês, os LSE são revistos quase que aleatoriamente.

Todas as informações obtidas foram arquivadas eletronicamente em arquivos do Microsoft Excel®, e ao final deste processo, 36 grupos solidários, 175 cadastros de clientes e empreendimentos e 601 levantamentos sócio-econômicos foram registrados.

5. Resultados e discussão

Os empreendimentos analisados neste estudo, classificados por grandes setores da atividade econômica (comércio e serviços), mostram que o comércio é a atividade predominante entre os tomadores de crédito, com mais de 82% do total, conforme mostra a tabela 2.

Freqüência	Setor de Atividade
144	COMÉRCIO
31	SERVIÇOS
175	Total

Tabela 2 – Setor de Atividade e freqüência

Fonte: Dados da pesquisa.

Outra divisão por atividade econômica, baseada na auto-declaração, é mostrada na tabela 3. Seis grupos de atividades se destacam, todos no setor de comércio varejista: “Bar, Mercearia, Quitandas, Padarias, Comércio de Alimentos” (18,3%); “Comércio de Roupas e Cosméticos”, (17,1%); “Comércio de Doces e Salgados” (12,6%); “Feirantes” (12%); “Camelôs e Ambulantes” (8,6%); e “Comércio de utensílios domésticos, ferragens, artesanatos, bijuterias, etc” (6,3%).

Freqüência	Atividade Econômica
6	Banca de Jornais, Comércio de Livros, Revistas e CDs
32	Bar, Mercearia, Quitandas, Padarias, Comércio de Alimentos
9	Borracheiros, Bicicleiros, Funileiros, Eletricistas e Sucateiros
6	Cabelereira e Manicure
15	Camelô / Ambulante
8	Chaveiros, Sapateiros, Serralheiro, Tapeceiros e Costureiros
4	Comércio de Outros Produtos
22	Comércio de Doces e Salgados
7	Comércio de Produtos de Limpeza
26	Comércio de Roupas e Cosméticos
11	Comércio de utensílios domésticos, ferragens, artesanatos, bijuterias, etc.
21	Feirantes
8	Serviços diversos: diversões, lavanderia, assistência técnica, etc
175	Total

Tabela 3 – Setor de Atividade (auto-declarada) e freqüência

Fonte: Dados da pesquisa.

Como mostra a tabela 3, há uma característica varejista marcante entre os tomadores de crédito do Programa. Isto é essencialmente útil na análise seguinte, mostrada na tabela 4, onde destaca-se o crescimento de algumas variáveis importantes, como lucro líquido e renda.

Tempo Programa (meses)	0	2	4	6	8	10	12	12 a 18	18 a 24
Vendas	2.919	3.438	3.687	4.095	4.370	4.461	4.434	4.307	4.833
Compras	1.617	1.870	1.947	2.280	2.278	2.369	2.407	2.262	2.411
Margem Bruta	1.303	1.568	1.740	1.815	2.091	2.092	2.028	2.045	2.422
Margem Bruta (%)	45%	46%	47%	44%	48%	47%	46%	47%	50%
Gastos Empreendimento	170	179	172	144	191	112	270	182	151
Lucro Líquido	1.132	1.388	1.568	1.672	1.900	1.980	1.757	1.863	2.271
Margem Líquida (%)	39%	40%	43%	41%	43%	44%	40%	43%	47%
Renda familiar	403	454	411	291	515	262	483	371	316
Gastos Familiar	584	596	576	514	586	478	610	605	518
Gasto Familiar/Vendas %	20%	17%	16%	13%	13%	11%	14%	14%	11%
Renda Disponível	951	1.246	1.403	1.448	1.829	1.764	1.630	1.629	2.069
Renda Disponível/Vendas %	33%	36%	38%	35%	42%	40%	37%	38%	43%
Crédito	329	448	566	689	674	1.044	1.135	1.104	1.562

Valores em R\$ de 30/04/2006, inflacionados pelo IPC (Geral) da Fipe

Tabela 4 – Painel de dados longitudinal

Fonte: Dados da pesquisa.

A tabela 4 revela a média de vendas dos clientes do São Paulo Confia, agrupados por tempo de programa. Os valores são expressos em Reais (R\$) de 30 de abril de 2006, inflacionados pelo IPC-Geral da FIPE.

Pode-se dizer que um novo entrante do Programa, na média, vende R\$ 2.919 por mês. Ao final de um ano, o cliente médio está vendendo R\$ 4.434 por mês, ou seja, 52% a mais, em preços constantes. Em dois anos, segunda a amostra colhida, o cliente médio vende R\$ 4.833 por mês, 66% a mais.

Vale lembrar que o desvio padrão desta amostra é alto, devido, principalmente, a grandes diferenças de faturamento por categoria de atividade econômica. Observa-se que a atividade com maior venda média ao entrar é a de camelôs e ambulantes. A análise que se segue procura controlar tal heterogeneidade.

As variáveis “Compras” e “Margem Bruta” estão bastante correlacionadas com “Vendas”, principalmente no primeiro ano. Aparentemente, de acordo com a amostra coletada, no segundo ano a margem bruta média dos empreendimentos subiu mais do que as vendas.

Embora a coleta de informações para definição do valor de compras do empreendimento seja feito com a mesma cautela e cuidado pelo agente de crédito, o fato da taxa de margem bruta se manter quase que constante ao longo do tempo (variação de 12% em dois anos), leva-nos a considerar a hipótese deste segmento de mercado trabalhar com *mark-ups* sobre custos bem definidos.

Daqui, podemos extrair uma conclusão importante: se assumirmos que tanto preços quanto custos unitários dos produtos vendidos não subiram acima da inflação e a margem bruta se manteve praticamente constante, a única variável que mudou foi a quantidade vendida, reforçando a tese de que o crédito produz giro e oferece ao fator trabalho a possibilidade de geração de produto. Se essas premissas estão corretas, podemos afirmar que, no período de um ano, 1,52 mais mercadorias são vendidas por mês e que, ao final de

dois anos, 1,66 mais mercadorias são vendidas por mês, se comparadas com a quantidade vendida no momento zero.

Da mesma maneira que em vendas, as margens apresentam desvio alto, influenciado pela atividade econômica. Observa-se que as atividades de camelô e ambulante têm as maiores médias absolutas de margem bruta ao entrar no programa.

A variável “lucro líquido” é dada pela diferença entre a margem bruta e os gastos do empreendimento. O lucro líquido, neste caso, corresponde ao conceito de EBTIDA utilizado em avaliações financeiras de negócios. O lucro líquido é o valor adicionado pelo empreendimento, antes de juros e amortizações.

Conforme mostra a tabela 4, um empreendedor médio do São Paulo Confia está levando para casa, antes de pagar juros e amortizar seu empréstimo, R\$ 1.132 por mês. Em 8 meses de programa, espera-se que este microempreendedor esteja levando para casa R\$ 1.900, ou 68% a mais do que levava ao entrar no programa e antes do primeiro crédito. Este patamar de renda se consolida durante mais um ano, quando este empreendedor mais uma vez apresenta uma tendência de alta, até chegar a R\$ 2.271, ou exatamente duas vezes a mais do que quando entrou no programa.

Observa-se que a margem líquida, dada pelo lucro líquido sobre vendas, segue o comportamento da margem bruta, revelando um pequeno aumento conforme o empreendedor vai chegando aos dois anos de relacionamento com o programa.

A informação sobre renda familiar nos diz qual é a renda adicional do domicílio que não é gerada pelo microempreendedor. A renda domiciliar média de um cliente ao entrar no São Paulo Confia é de R\$ 403,00. O comportamento desta variável ao longo do tempo se mostrou bastante volátil, impossibilitando a tentativa de tecer qualquer observação a seu respeito.

A variável gastos familiares nos informa o perfil de gastos do domicílio em itens de consumo doméstico, tais como alimentação, saúde, educação, vestuário, aluguel, água, luz, gás, telefone, prestações e transporte, conforme listados no formulário LSE. Em um primeiro momento, esperava-se que o aumento observado em lucro líquido fosse ser refletido em aumento de gastos familiares, o que não aconteceu. Na prática, não é possível saber ao certo aonde é gasta esta renda adicional, questão que pode servir para um novo estudo do Programa.

Importante notar que as rubricas de alternativas de gastos não são espontâneas, elas estão dadas no próprio corpo do formulário de LSE, o que pode ter gerado esta omissão na declaração de gastos. Ao entrar no Programa, o empreendedor médio tem um gasto familiar de R\$ 584. Observa-se que os gastos estão em uma faixa um pouco acima da renda familiar extra, consumindo uma pequena parte do lucro líquido do empreendimento, antes de transformá-lo em renda disponível. O comportamento desta variável ao longo do tempo é de bastante constância e pouca volatilidade, diferente do que aconteceu com a variável renda familiar.

Por sua vez, a variável renda disponível é dada pelo lucro líquido gerado no empreendimento, somado à renda familiar e descontado os gastos familiares. Esta variável está muito correlacionada ao lucro líquido, uma vez que o déficit orçamentário gerado no lar, dado pela diferença entre renda familiar extra e gastos familiares, é pequeno perto da renda gerada pelo empreendimento. O déficit não coberto pela renda familiar adicional é financiado por parte do lucro líquido gerado no empreendimento. Desta forma, os valores absolutos de renda disponível são menores do que os observados para a variável lucro líquido do empreendimento.

A variável crédito foi a que teve o maior crescimento entre as todas as variáveis: 245% de variação no primeiro ano e 374% ao longo de dois anos. O valor do crédito é endogenamente concebido pela aplicação de regras claras que levam em consideração as capacidades de pagamento do empreendedor e de seu grupo solidário, assim como a qualidade

da solvência deste grupo como um todo. Por outro lado, o crédito também varia em função dos recursos disponíveis na instituição, que pode variar, por sua vez, em função de fatores que vão desde o macro-econômico até o político.

O que se nota é que há uma injeção média de crédito acima do crescimento de vendas dos empreendedores. Este fato pode ser explicado pelo crescimento das vendas, pela adimplência do cliente e de seu grupo e por política de expansão do crédito pela instituição, em busca de escala para sua sustentabilidade financeira. Contudo, o valor do crédito também é uma variável de grande desvio.

6. Conclusões

O presente estudo revela que o Programa São Paulo Confia, que oferece microcrédito produtivo orientado no Município de São Paulo, gera lucro líquido para os microempreendedores e renda disponível para suas famílias. Em outras palavras, microcrédito gera renda.

A análise das receitas de vendas dos microempreendimentos mostra que a média da quantidade de produtos vendidos dobra após dois anos de programa, revelando que o fator capital tem a função de promover giro de estoque nos empreendimentos. Portanto, qualquer injeção desse recurso produtivo, principalmente na forma de capital de giro, provoca alavancagens financeiras espetaculares e geração de renda líquida que colocam esses indivíduos e suas famílias em outro patamar de renda, quiçá fora da linha de pobreza.

Ao apresentar estudo empírico original de avaliação de impacto de programa de microcrédito, este trabalho espera contribuir para o debate sobre as alternativas de políticas públicas de geração de renda, inclusão social e desenvolvimento local.

Podem também servir de reflexão sobre o papel dos bancos comerciais neste mercado. Como provedores de recursos de segundo piso para OSCIP e SCM, que por suas características são as instituições mais apropriadas e habilitadas a operar com microcrédito produtivo orientado, os bancos comerciais podem estar gerando seus próximos clientes. Como vimos neste trabalho, os serviços de microcrédito de uma OSCIP encontra um micro ou pequeno empresário, sem o mínimo acesso a crédito, muitas vezes por causa de sérias restrições cadastrais, e devolve-o para o sistema dois anos depois, com produção de valor adicionado no dobro do que encontrou, ou seja, com todas as condições de bancarização necessárias ou exigidas pela indústria financeira tradicional.

Ao invés de olhar este mercado como uma reserva a ser explorada no futuro, esta indústria deveria ajudar a desobstruir as barreiras para que ele cresça e se torne um fornecedor de “novos clientes” de qualidade para o próprio sistema financeiro.

7. Limitações

Segundo Karlan (2001), avaliações de impacto que usam painéis que comparam participantes veteranos com novos entrantes estão cada vez mais “populares” por serem mais baratas, de fácil implementação e serem frequentemente encorajadas pelas organizações de crédito. No entanto, algumas limitações devem ser observadas. Essas limitações estão relacionadas a três grupos de problemas: (i) às desistências ou abandonos no meio do programa; (ii) viés de seleção; e (iii) dinâmica institucional da política de crédito.

Neste trabalho, as desistências ou abandonos podem gerar problemas de viés de amostra incompleta e viés de atrito. No caso do São Paulo Confia, a coleta de dados de informações não foi feita por entrevistas com os empreendedores e, sim, por meio dos formulários de cadastro e dos LSE. Assim, as informações das pessoas que desistiram do programa estão arquivadas nas mesmas pastas que as informações dos clientes correntes.

Dessa forma, uma vez sorteada uma pasta de um grupo solidário, temos informações sobre todos os empreendedores que fizeram parte da história daquele grupo. Como resultado, o viés de amostra incompleta e de atrito é reduzido.

Por outro lado, a coleta de dados não foi feita em arquivo morto de grupos desistentes. Desta maneira, pode haver um viés de amostra incompleta se os desistentes cujas informações ainda estão com as do seu grupo não representarem quantitativamente (incompleta) ou qualitativamente (atrito) o grupo de desistentes do programa.

O viés de seleção pode ocasionar os problemas de *timing* da decisão e de seleção dos “colegas” para formação dos grupos solidários. Neste trabalho, o grupo de comparação, aquele conjunto de LSE “fotografado” quando o microempreendedor entra no programa, contém informações de clientes que entraram no começo da operação, bem como mais recentemente. Este fato reduz a probabilidade e a magnitude deste viés, na medida em que agrega informação de clientes antigos ao grupo de comparação.

No entanto, algum viés pode ocorrer, porque no grupo de tratamento só existem informações de clientes veteranos, os quais, hipoteticamente, podem ter características “mais privilegiadas” para o empreendedorismo, do que os novos entrantes.

Da mesma maneira, as conclusões deste trabalho também podem estar superestimadas pelo viés de seleção de colegas, pois os grupos veteranos podem, hipoteticamente, terem sido aqueles com “melhores” características empreendedoras, por terem sido os primeiros a serem formados e, portanto, aqueles que tiveram a melhor chance de escolher os “melhores” empreendedores na comunidade. Vale repetir que, neste estudo, isto pode impactar somente o grupo de tratamento.

Por último, o viés de dinâmica institucional pode gerar os problemas de estratégia de locação espacial inicial e de mudanças nos requerimentos de crédito (ou nas políticas de crédito) do Programa. Esta pesquisa pode gerar conclusões superestimadas na medida em que os bairros das três unidades onde as amostras foram coletadas podem ter características mais privilegiadas do que outras locações alternativas, sob o ponto de vista de dinâmica de atividade econômica (locação espacial).

Neste sentido, devemos ter cuidado ao extrapolar as conclusões para todos os outros bairros atendidos pelo Programa, ou até mesmo para, por exemplo, a periferia da cidade de São Paulo.

No que se refere ao problema de mudança de requerimentos, podemos esperar algum viés nos resultados, na medida em que houve uma deliberada expansão do crédito nos últimos anos, o que pode gerar impactos em renda diferentes das que foram medidas aqui. Não há como avaliar ainda, na hipótese desta diferença existir, em que direção ela se manifesta.

8. Referências bibliográficas

- BARONE, F. M.; LIMA, P. F.; DANTAS, V.; REZENDE, V. **Introdução ao microcrédito**. Brasília: Conselho da Comunidade Solidária, 2002.
- EDGCOMB, E.; GARBER, C. **Practitioner-led impact assessment: a test in Honduras**. Washington, D.C.: AIMS, 1998.
- HOSSAIN, M. Credit for the alleviation of rural poverty: the Grameen Bank in Bangladesh. **Research Report of IFPRI**, n. 65, 1988.
- HULME, D. **Impact Assessment methodologies for microfinance: a review**. CGAP Discussion paper. The University of Manchester, 1997. Disponível em: http://www.ids.ac.uk/impact/resources/introduction/Hulme_IA_meth_review.pdf. Acesso em 02 fev. 2007.

- KARLAN, D. Microfinance impact assessments: the perils of using new members as a control group. **Journal of Microfinance**, v. 3, n. 2, 2001.
- KHANDKER, S. **Fighting poverty with microcredit**. Bangladesh: University Press Limited, 1998.
- KHANDKER, S. Micro-Finance and poverty: evidence using panel data from Bangladesh. **World Bank Economic Review**, v. 19, n.2, 2005.
- LITTLEFIELD, E.; MORDUCH, J.; HASHEMI, S. Is microfinance an effective strategy to reach the millennium development goals? **CGAP Focus Note 24**. Washington, D.C.: Consultative Group to Assist the Poor, 2003.
- MKNELLY, B.; DUNFORD, C. **Impact of credit with education on mothers and their young children's nutrition**: Lower Pra Rural Bank Credit with education program in Ghana. Davis: Freedom from Hunger, 1998.
- MORDUCH, J. The Microfinance Promise. *Journal of Economic Literature*, Vol XXXVII. 1999.
- NAQVI, F. B., GUZMÁN, G. F. Microfinanças em foco. **RAE Executivo**, v.2, n. 4, 2003-2004.
- NICHTER, S.; GOLDMARK, L.; FIORI, A. **Entendendo as microfinanças no contexto brasileiro**. PDI/BNDES, 2002.
- SAO PAULO CONFIA. Site corporativo. Disponível em: <http://www.saopauloconfia.org>. Acesso em 10 fev. 2006.
- TODD, H. **Poverty Reduced Through Microfinance**: The Impact of ASHI in The Philippines. Washington, DC. AIMS, 2000.